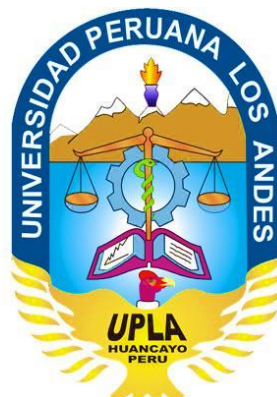


“Decenio de las personas con Discapacidad en el Perú”

“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS



TESIS

**“MEDIACIÓN Y AUTORREGULACIÓN DE LOS
ORIENTADORES TURÍSTICOS CON LA INTERVENCIÓN
DEL INDECOPI SEDE LA MERCED”**

PRESENTADA POR:

MILAGROS YANETH ARTEAGA DURAN

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ABOGADO

**HUANCAYO – PERU
2017**

MIEMBROS DEL JURADO

- **DR. LUIS ALBERTO POMA LAGOS**
- **ABOG. CARLOS ENRIQUE MATOS
GUZMÁN**
- **MAG. MARIELLA CYNTHIA BARZOLA
FIERRO**

ASESOR:

MG. HELSIDES LEANDRO CASTILLO MENDOZA

DEDICATORIA

A mi madre Luzmila por ser mi gran motivo en la vida y que gracias a su infinito apoyo me ayudo a ser constante y a nunca desistir.

A mi madre Filomena que desde el cielo me cuida y me protege siendo su mayor felicidad el alcanzar mis metas.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo no se hubiera desarrollado si no fuera por la colaboración de los operadores turísticos del distrito de La Merced, los cuales se encuentran entusiasmados con el fin de poder de una forma eficaz dar solución al conflicto que tienen con los consumidores ya sea turistas nacionales e internacionales.

Asimismo, un agradecimiento especial al asesor y metodóloga quienes con su asesoramiento y paciencia hicieron posible la realización de este trabajo.

RESUMEN

El presente trabajo titulado la Mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi Sede La Merced – 2017, cuyo objetivo es determinar la relación que existe entre la mediación y la autorregulación, teniendo como principal problema e hipótesis sobre la existencia de la referida relación. Asimismo, para la realización del presente trabajo se hizo uso del método científico como método de investigación y como población a los orientadores turísticos del distrito de Chanchamayo con una muestra 20 operadores turísticos, en el que se aplicó el cuestionario como instrumento de investigación en donde el procesamiento de datos fue lo siguiente, 1) Recolección de datos, 2) Análisis de los resultados estadísticos, 3) Interpretación de los resultados, 4) Comprobación de hipótesis, 5) Establecimiento de conclusiones y recomendaciones. Finalmente, espero que el presente trabajo sea de utilidad para que los operadores turísticos brinden una solución oportuna teniendo en cuenta la celeridad, participación de las partes, solución pacífica en el que facilitará el entendimiento entre los que se encuentran en conflicto asimismo con la autorregulación permitirá que el operador turístico tenga la responsabilidad, el reconocimiento, debilidades, fortalezas y amenazas, con el fin de conocer y mejorar el servicio que brindan.

Palabras clave: mediación, operadores turísticos, métodos autocompositivos, autorregulación.

ABSTRACT

This work entitled Mediation in consumer affairs as an instrument for conflict resolution and self-regulation of tourism counselors with the intervention of Indecopi Sede La Merced - 2017, whose objective is to determine the relationship that exists between mediation and self-regulation, taking as the main problem and hypothesis about the existence of the aforementioned relationship. Likewise, for the realization of the present work, the scientific method was used as a research method and as a population to the tourism counselors of the Chanchamayo district with a sample of 20 tour operators, in which the questionnaire was applied as a research instrument where the Data processing was as follows, 1) Data collection, 2) Analysis of statistical results, 3) Interpretation of results, 4) Testing of hypotheses, 5) Establishment of conclusions and recommendations. Finally, I hope that the present work will be useful for tour operators to provide a timely solution taking into account the speed, participation of the parties, peaceful solution in which will facilitate the understanding between those who are in conflict also with self-regulation will allow that the tour operator has the responsibility, recognition, weaknesses, strengths and threats, in order to know and improve the service they provide.

Key words: mediation, tour operators, self-help methods, self-regulation.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
MIEMBROS DEL JURADO	ii
ASESOR DE LA TESIS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
INTRODUCCIÓN	xii

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	13
1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
A. Problema General.....	15
B. Problemas Específicos.....	15
1.1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
1.1.3.1. Justificación teórica.....	15
1.1.3.2. Justificación práctica.....	16
1.1.3.3. Justificación social.....	17
1.1.3.4. Justificación metodológica.....	17
1.1.4. DELIMITACIÓN METODOLÓGICA.....	18
1.1.4.1. Delimitación espacial.....	18
1.1.4.2. Delimitación temporal.....	18
1.1.4.3. Delimitación social.....	18
1.1.4.4. Delimitación conceptual.....	18
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.2.1. Objetivo general.....	19
1.2.2. Objetivo específicos.....	19
1.3. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
1.3.1. HIPÓTESIS.....	19

1.3.1.1. Hipótesis general.....	19
1.3.1.2. Hipótesis específicas.....	19
1.3.2. VARIABLES.....	20
A) Identificación de variables.....	20
a) Variable independiente.....	20
b) Variable dependiente.....	20
c) Definición conceptual de variables.....	21
B) Proceso de operacionalización de.....	22
variables e indicadores	

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
2.2. MARCO HISTÓRICO.....	25
2.3. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	30
2.4. MARCO CONCEPTUAL.....	39
2.5. MARCO FORMAL O LEGAL.....	44

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
A) Métodos generales de investigación.....	47
B) Métodos Particulares de Investigación.....	48
3.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	49

3.2.1. Tipo de investigación.....	49
3.2.2. Nivel de investigación.....	49
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	51
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	51
3.4.1. Población.....	51
3.4.2. Muestra.....	52
3.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	53
3.5.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos....	53
A) Técnicas de recolección de datos.....	53
B) Instrumentos de recolección de datos.....	54
3.5.2. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	54

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1. PRESENTACION DE LOS RESULTADOS.....	56
4.1.1. PRIMERA HIPOTESIS ESPECÍFICA.....	65
4.1.2. SEGUNDA HIPOTESIS ESPECÍFICA.....	65
4.1.3. TERCERA HIPOTESIS ESPECÍFICA.....	66
4.2. CONTRASTACIÓN DE LA HIPOTESIS.....	66
4.3. DISCUSIÓN.....	71
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES.....	78
BIBLIOGRAFIA.....	79
ANEXOS.....	84

INTRODUCCIÓN

Señores miembros del jurado pongo a vuestra disposición el presente trabajo de investigación en el cual se realizó un estudio minucioso sobre la mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced periodo 2017, en el cual básicamente se plantea como método de solución de conflictos a la mediación, ya que hoy en día en el distrito de Chanchamayo a consecuencia de las no oportunas soluciones que se le brinda a los turistas por parte de los orientadores turísticos la afluencia turística ha venido decreciendo, asimismo, cabe precisar que la autorregulación que también se desarrolló en el presente trabajo implica suma importancia con la única finalidad de que se genere la prestación de servicio de manera armoniosa para el cual el orientador turístico analiza de qué manera se puede mejorar en el servicio que ofrece. Por el cual, en el desarrollo del presente trabajo en el primer capítulo se desarrolló, el planteamiento del problema, objetivos e hipótesis el cual se considera la razón de ser el trabajo, asimismo, en el segundo capítulo, se planteó el marco teórico para el cual se consideró los antecedentes del tema principal, en el tercer capítulo se presenta la metodología de la investigación, el método tipo y diseño con el cual se desarrolló la investigación y finalmente, en el cuarto capítulo, se expone el resultado de la investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Chanchamayo es una de las Provincias de la Selva Central que durante años tiene al turismo como la actividad comercial primordial y como eje de su sistema económico; sin embargo, esta actividad tan importante para la ciudad ha venido decreciendo considerablemente siendo una de las razones de esta depreciación es la falta de solución oportuna a los conflictos que se genera entre los orientadores turísticos y los consumidores.

Uno de los factores que interfieren en la referida depreciación es que el servicio que el orientador ofrece no es de calidad debido a la existencia de empresas informales el cual genera una insatisfacción al consumidor por otro lado la idoneidad, también es otro de los factores en el cual abarca

desde la publicación e información transmitida las condiciones y circunstancias de la prestación del servicio de los orientadores turísticos, el precio, el horario de salida establecidos entre otros, siendo que mucho de ellos no se cumplen al brindar un servicio de guiado turístico.

Por último, la asimetría informativa es otro de los factores primordiales que genera el decrecimiento turístico toda vez que el orientador no brinda una adecuada información por lo que conlleva a que los consumidores se encuentren en desventaja frente a la información proporcionada por los orientadores.

Asimismo, la falta de atención oportuna a los problemas señalados en el párrafo precedente conlleva a que los turistas tanto nacionales e internacionales ya no prefieran a Chanchamayo como un destino turístico del cual cumplan con sus expectativas de consumidor según fuente proporcionada por (Fuente: DESCO – Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo “Perfil y Nivel de Satisfacción del turista nacional que visita 2011).

1.1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A. Problema General

¿Qué relación existe entre la mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017?

B. Problemas específicos

- ❖ ¿Qué relación existe entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017?
- ❖ ¿Qué relación existe entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017?
- ❖ ¿Qué relación existe entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017?

1.1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.3.1. Justificación teórica

El presente trabajo fue relacionado a la preocupación Chanchamaína, con respecto al nivel de satisfacción del turista en referencia al servicio de guiado turístico a cargo de los orientadores turísticos toda vez que según la

investigación de DESCO – periodo 2011, llega a la conclusión que el nivel de insatisfacción con referencia al servicio mencionado es bastante elevado por lo que conlleva a que los turistas contraten un servicio fuera de la localidad, generando perjuicio económico en Chanchamayo, por lo que tras verificarse este resultado se propone la implementación de la mediación como un método eficaz para la solución de conflictos dentro del servicio brindado asimismo mediante la autorregulación los orientadores turísticos se autoevaluaran con el fin de mejorar el servicio ofertado teniendo en cuenta la calidad de servicio, información adecuada y oportuna y la asimetría informativa.

1.1.3.2. Justificación práctica

Al considerar que Chanchamayo tiene como actividad comercial primordial al turismo, se puede verificar que en los últimos años dicha actividad ha venido decreciendo de apoco por lo que mediante el presente trabajo se identificó que la principal razón de dicho decrecimiento es debido a la falta de solución inmediata a los problemas que se pueden suscitar dentro de la estadía del turista en dicha localidad, para el cual los orientadores turísticos tiene un rol importante en brindar un buen servicio esto implica que se

dé una correcta información cumpliendo con la calidad e idoneidad del servicio turístico ofertado.

1.1.3.3. Justificación social

Al tener en cuenta el decrecimiento de la actividad primordial que es el turismo en el distrito de Chanchamayo surge el descontento de toda la ciudadanía que ofrece algún tipo de servicio o vende algún producto motivo por el cual también decrece la economía de la ciudad, asimismo al no brindar un buen servicio al turista ya sea nacional e internacional, conlleva a que Chanchamayo deje de lado su actividad principal por causas de no dar solución oportuna a un conflicto que se suscita.

1.1.3.4. Justificación metodológica

El presente trabajo de investigación se ha elaborado cuestionarios como instrumentos de recolección de datos con la finalidad de poder recabar toda información con respecto al tema en análisis a fin de corroborar con la hipótesis planteada para ello se realizará la interpretación de los resultados con el apoyo del marco teórico para llegar a establecer conclusiones y recomendaciones.

1.1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.1.4.1. Delimitación espacial

El presente trabajo se realizó en el distrito de Chanchamayo.

1.1.4.2. Delimitación temporal

Desde el mes de Julio a Septiembre periodo 2017.

1.1.4.3. Delimitación social

El trabajo estuvo dirigido a los orientadores turísticos y a los consumidores (turistas nacionales y extranjeros).

1.1.4.4. Delimitación conceptual

- Métodos Alternativos de Solución de conflictos
- Mediación
- Autorregulación
- Conflicto
- Orientadores turísticos
- Consumidor
- Turista

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.

1.2.2. Objetivos específicos

- ❖ Establecer la relación que existe entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.
- ❖ Establecer la relación que existe entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.
- ❖ Establecer la relación que existe entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017.

1.3. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. HIPÓTESIS

1.3.1.1. Hipótesis general

Existe relación positiva entre la mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la

autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.

1.3.1.2. Hipótesis específicas

- ❖ Existe la relación positiva entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.
- ❖ Existe la relación positiva entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.
- ❖ Existe la relación positiva entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017.

1.3.2. VARIABLES

A) Identificación de variables

a) Primera Variable

- La Mediación como Instrumento de Solución de Conflictos

b) Segunda Variable

- La autorregulación

c) Definición conceptual de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL
Variable 1	MARTIN PINEDO AUBIAN, señala que la mediación es un método elaborado de resolución de conflictos en el cual la participación de un tercero denominado mediador coadyuva para que los interesados mediante el dialogo lleguen a un acuerdo que satisfaga sus necesidades. ¹
Variable 2	MORO ALMARAZ, María Jesús, en su libro “La Protección del Turista ante el comercio electrónico” señala que la autorregulación es una mejor manera de poder afrontar desde el compromiso de calidad de las empresas a fin de implementar nuevos retos con la finalidad de armonizar legislaciones y ofrecer instrumentos ágiles con ello ayuda a fortalecer las vías de composición extrajudicial. ²

¹ PINEDO AUBIAN Martin, “Nuevos Enfoques de la Conciliación y Arbitraje”, septiembre 2016, Pacífico editor, p. 112-114.

² MORO ALMARAZ, María Jesús, “La Protección del Turista ante el comercio electrónico”, p. 546, disponible en, https://books.google.com.pe/books?id=mZljPkOcAGAC&pg=PA531&lpg=PA531&dq=MORO+ALMARAZ,+Mar%C3%AD+a+La+Protecci%C3%B3n+del+Turista+ante+el+comercio+electr%C3%B3nico%E2%80%9D&source=bl&ots=8QQU-7HK4B&sig=RaBVMnLN-iEwWdP2_XO3c4_KIPg&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwis3sbbnOnVAhWI5SYKHRapCF4Q6AEMjAC#v=onepage&q=MORO%20ALMARAZ%2C%20Mar%C3%AD+a%20La%20Protecci%C3%B3n%20del%20Turista%20ante%20el%20comercio%20electr%C3%B3nico%E2%80%9D&f=false.

B) Proceso de operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES		INDICADORES
Mediación	Método Autocompositivo	<ul style="list-style-type: none"> • Eficacia • Celeridad • Integración • Participación de las partes • Solución pacífica • Facilita el entendimiento
	Voluntariedad	<ul style="list-style-type: none"> • Consentimiento • Responsabilidad • Resultado • Libertad de decisión • Reconocer
Autorregulación	Autoevaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Valoración • Debilidades • Fortaleza • Amenazas • Buenas practicas

CAPITULO II

MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Según ANDRADE CORREA, Diana Emilia, 2015 - Quito “La Mediación y el Arbitraje como Métodos Alternativos de solución de conflictos en los Contratos Administrativos” Universidad Central del Ecuador, en su investigación concluye que la mediación es un sistema eficaz para resolver conflictos excepto los delitos penales, además vela por los más grandes principios constitucionales que son el trato justo, transparencia, equidad oportunidad, rapidez, eficacia, costos mínimos, etc. Además, señala que se debe socializar los Métodos Alternativos de Solución de Conflictos a fin de que en cuanto el ciudadano tenga un

conflicto con cualquier persona primero pueda acudir a un centro de arreglo pacífico.³

De igual manera, DIAZ ALVAREZ, Rafael, 2016-Mexico “La Calidad de la Mediación en Nuevo León, México”, en su investigación refiere que la mediación de la sociedad civil, en las instituciones públicas privadas y los gobiernos deben congregarse a fin de crear y difundir redes de política pública que extiendan programas de mediación en el cual permitirá que se logre la construcción de armonía tanto sólida como civilizada con el fin de lograr una mejor calidad de vida al dar solución a los conflictos de forma pacífica el cual conllevara a una vía importante de acceso a la justicia. ⁴

Asimismo, ROMAN MARQUEZ Alejandro, 2008-Granada “El Municipio Turístico Régimen Jurídico y Propuestas para su mejora” en su investigación precisa que el análisis del municipio turístico que realizo en su investigación en el cual refiere que encontró muchos errores los cuales uno de los aspectos mejorables de la regulación del municipio turístico es que resulta necesario proferir mecanismos de colaboración interadministrativa que compensen la mayor onerosidad que sufren estos

³ ANDRADE CORREA, Diana Emilia, “La Mediación y el Arbitraje como Métodos Alternativos de solución de conflictos en los Contratos Administrativos” Universidad Central del Ecuador – Quito 2015, pp. 127-129.

⁴ DIAZ ALVAREZ, Rafael, “La Calidad de la Mediación en Nuevo León, México” Universidad de Murcia México - 2016, pp.249-251.

municipios en materia de servicios públicos vinculados con la actividad turística.⁵

2.2. MARCO HISTÓRICO

Para poder explicar sobre el origen de la mediación debemos remitirnos a sus antecedentes romanísticas, siendo éstos, la transacción dentro del procedimiento romano, en el cual un claro ejemplo era que un comprador celebra un contrato de compraventa con el vendedor, siendo la cosa objeto de dicho contrato viciada, es ahí donde el comprador disponía dentro del procedimiento romano dos acciones; la actio redhibitoria en el cual el comprador podía exigir la rescisión del contrato y que se le devolviera el precio entregando la cosa y; la actio quanti minoris, el comprador, dentro del año siguiente a la finalización del contrato podía exigir una disminución proporcional en el precio.

Asimismo, la mediación en materia de consumo es especialmente reconocida por la Unión Europea, por lo que el derecho que se les reconoce a los consumidores no solo es una simplificación de procedimientos, sino también busca otras alternativas, en el cual permitan intervenir en la controversia de una manera más rápida, más flexible y eficaz.

⁵ ROMAN MARQUEZ Alejandro, 2008-Granada “El Municipio Turístico Régimen Jurídico y Propuestas para su mejora”, Universidad de Granada, Granada – 2008, pp. 1249-1266.

Por lo antes referido en la unión europea se incentivó a la creación de nuevos procedimientos extrajudiciales, donde destacan especialmente la conciliación, la mediación y el arbitraje, por lo que uno de sus avances es la creación de dos redes europeas que den a conocer los mecanismos de resolución de conflictos en el extranjero para que los consumidores puedan conocer los extrajudiciales tanto nacionales como internacionales y así ser los litigios transfronterizos tratados. Estas son: la red extrajudicial europea y la red para la solución extrajudicial de litigios en el sector de los servicios financieros.⁶

Asimismo, la mediación en materia de consumo en España tiene un alcance más limitado siendo que en el artículo 51 de la Constitución Española, señala que “1- Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos”. Es decir, estamos ante una exigencia constitucional de la necesaria mediación para proteger los intereses de

⁶ BLACO CARRASCO, M, La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro, “Resolución del Consejo de 25 de mayo de 2000 relativa a una red comunitaria de órganos nacionales responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo. Se trata de establecer una base de datos que recoja los órganos extrajudiciales que cumplen los requisitos de la Recomendación 98/257/CE y de facilitar la creación de puntos centrales nacionales de intercambio de información que permitan constituir una red a escala comunitaria. Asimismo, y siendo consciente de que existen órganos extrajudiciales de resolución de conflictos que no cumplen las indicaciones establecidas en la anterior recomendación, se propone su inclusión en dicha red tratando de establecer unos criterios comunes que garanticen la calidad, equidad y eficacia de dichos órganos. Esta red comenzó oficialmente el 16 de octubre de 2001 y después de una primera fase experimental se elaborará un informe completo para evaluar su efectividad, pp.136.

los consumidores y usuarios frente a las vías tradicionales que, no pueden hacer frente a nuevas circunstancias de nuestra sociedad actual.

Asimismo, en el Perú, se tiene que la conciliación y la mediación reconocidas en el Código constituyen métodos autocompositivos mediante el cual las partes llegan a una solución de manera pacífica el mismo que se puede realizar fuera o antes de un proceso, o incluso dentro del proceso, pero sin resolución.

Cabe precisar que según nuestra doctrina la conciliación se diferencia de la mediación, toda vez que el primero el conciliador propone fórmulas de solución a diferencia al mediador en el cual no tiene la facultad de obligar a las partes a que se sometan a la fórmula de solución, sino que mientras que el mediador no tiene esa obligación y por ello puede formular una propuesta de solución, sino que coadyuva a las partes mediante la comunicación nazca de cada uno de ellos una posible solución. Esta diferencia en nuestra legislación no está muy clara ya que en algunos casos se confunde las obligaciones y funciones del conciliador un claro ejemplo está en el ámbito laboral en donde el conciliador que formula propuestas se entiende que actúa como mediador.⁷

⁷ GARCIA MONTUFAR, Juan. "Los métodos alternativos de solución de conflictos". en Derecho y Sociedad, disponible en <http://blog.pucp.edu.pe/item/28502/los-medios-alternativos-de-solucion-de-conflictos> (consulta: 12 de agosto de 2011).

El Código señala que los consumidores pueden conciliar la controversia surgida con el proveedor con anterioridad e incluso durante el trámite de los procedimientos administrativos. En la conciliación, el tercero puede intentar acercar las posiciones de las partes para propiciar un arreglo amistoso entre ellas o puede proponer una fórmula de conciliación el incumplimiento del acuerdo conciliatorio constituye una infracción sancionable por el Código de otro lado, en relación con la mediación, el Código prevé que las partes puedan someter a mediación la controversia surgida con el proveedor con anterioridad a la tramitación de un procedimiento administrativo.⁸

Asimismo, se puede apreciar que en referido código no se refiere sobre los efectos del acuerdo resultante de la mediación, por lo que se entendería que produce efectos equiparables a un acuerdo conciliatorio.

Por otro lado, se aplica la conciliación mediante el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) del Indecopi, en el cual utiliza en la solución de controversias entre consumidores y proveedores siendo este un servicio gratuito y es una alternativa previa al inicio de un procedimiento administrativo.

⁸ Artículo 147°, 148° y 144° del Código de Protección y Defensa del Consumidor.

Además, en referencia con la Autorregulación, de acuerdo con María Stephanie Espejo Espinal en su investigación titulada “La eficacia de la autorregulación publicitaria en el Perú como mecanismo alternativo” refiere que la autoregulación va relacionado con el Decreto Legislativo 1044 “Ley de Represión de la Competencia Desleal”, por lo que señala que los actos de competencia desleal también se pueden llevar a cabo mediante la actividad publicitaria, donde es necesario contar con mecanismos procesales rápidos y eficientes que lleven a establecer la autenticidad de las comunicaciones de naturaleza comercial dirigida a sus receptores.⁹

Asimismo, en el año 1997 se estableció un sistema de regulación privada o autorregulación publicitaria en el Perú, por lo que la denominación de autorregulación es usado para describir la conducta de las empresas particulares, por lo que nace el Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONAR) tratándose de un sistema de regulación privada llevada a cabo por los sujetos que participan activamente en la realización, creación, preparación, ejecución y difusión de la publicidad, con la finalidad de imponerse a sí mismos, de forma voluntaria, normas de conducta en materia publicitaria a través de órganos de control que serán los encargados de hacerlas cumplir.

⁹ Espejo Espinal, María Stephanie, “La Eficacia de la Autorregulación Publicitaria en el Perú como Mecanismo Alternativo”, Pontificia Universidad Católica del Perú, - 2017, disponible en [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8607/ESPEJO_MARIA_auto regulacion_publicidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8607/ESPEJO_MARIA_auto%20regulacion_publicidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Por lo que, de acuerdo con el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI en su libro “Competencia Desleal y Regulación Publicitaria” refiere que hasta antes del 2010, la autorregulación publicitaria trató de conformar como un sistema alternativo a la regulación de la publicidad estatal, siendo reconocido de manera referencial por algunos pronunciamientos del Indecopi. Sin embargo, esto ha cambiado a partir de la aprobación y publicación del CPDC que mediante art. VI.6, el Estado Peruano reconoce como política pública el fomento de los sistemas de autorregulación.¹⁰

2.3. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. La Mediación

Para tratar el tema principal de la mediación necesariamente se tiene que primero enfatizar de donde nace este tipo de mecanismo de resolución de conflicto para el cual señalaremos lo siguiente:

2.3.1.1. Métodos Alternativos de Resolución de Conflictos

Según MONTES DE OCA VIDAL, Alipio, en su revista “Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos”

¹⁰ Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, Abelardo Aramayo Baella, Ivo Gagliuffi Piercechi, Ricardo Maguiña Pardo, Carlos Rodas Ramos, Alex Sosa Huapaya, Pierino Stucchi López Raygada, “Competencia Desleal y Regulación Publicitaria”, Mayo del 2013, Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú, p. 122-123.

refiere que este método es comúnmente llamado también MARC'S, en el cual el objetivo de dicho método es prescindir de la actividad jurisdiccional es decir sustituyen la decisión del juez al momento de dar una solución a un conflicto el cual propicia, aunque a través del dialogo se llegue a una decisión consensual entre las partes, los cuales se dividen en dos grupos:

- Métodos Autocompositivos, se caracteriza en que las propias partes ponen fin al conflicto mediante el dialogo proponiendo sus propias soluciones. Dentro de este método se encuentra la negociación, Mediación y Conciliación.
- Métodos Heterocompositivos, es el método en el cual a través de la participación de una tercera persona pone fin al conflicto el cual tiene la facultad de resolver la discusión. En este método se encuentra el Arbitraje.¹¹

Por lo referido para el presente trabajo solo tendremos en cuenta el método Autocompositivo de

¹¹ MONTES DE OCA VIDAL, Alipio, "Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos" en: la revista Lumen, Facultad de Derecho de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, p. 115.

Resolución de Conflictos basados únicamente en la mediación como una forma eficaz de resolver el conflicto dentro del servicio turístico.

Para la legislación española la mediación sobre protección a los consumidores en el sector turístico se habla recién en el año 1993 con la aprobación del Real Decreto 636/1993, de 3 de mayo por lo que se regula el sistema arbitral del consumo, en el cual en el referido reglamento fue la primera norma que en el ámbito de consumo prevé el recurso de mediación como uno de los instrumentos para la solución extrajudicial de conflictos.

2.3.1.2. Mediación

Según Luis E. Ore Ibarra en el libro “Nuevos Enfoques de la Conciliación y Arbitraje” cita a Fierman y Plumb, en el cual refieren que la medicación y la facilitación del dialogo son métodos de la gestión colaborativa de conflictos que están estrechamente relacionados. Ambos se tratan de métodos que utilizan a un tercero el mediador o facilitador que, a nivel general, tiene el rol de ayudar a las partes a dialogar y negociar directamente para buscar soluciones que son mutuamente aceptables, siendo una de las características claves:1) la

voluntariedad, las partes solo participan si quieren hacerlo y pueden retirarse del proceso cuando quieran, y 2) el poder de tomar decisiones pertenece a las partes, ni el tercero ni ningún actor externo elige la solución o determina los términos de un eventual acuerdo sino que las mismas partes lo hacen.¹²

2.3.1.3. Mediación en materia de Consumo

Según el Dr. ROMAN MARQUEZ Alejandro en su investigación titulada “La mediación como instrumento para la resolución de conflictos de consumo en el ámbito turístico” denomina que el turista es un consumidor privilegiado por el legislador español toda vez que en su legislación turística lo protegen como tal, el cual refiere que es susceptible a los abusos como las denominadas cláusulas abusivas y los contratos a distancia, por lo que dicha diferencia incrementa la debilidad del consumidor turístico, en el que identifico que al existir barreras por el idioma y por los ordenamientos jurídicos imposibilitan que se genere un buen servicio idóneo.¹³

¹² ORE IBARRA, Luis E, “Nuevos Enfoques de la Conciliación y Arbitraje”, septiembre 2016, Pacífico editor, p. 42.

¹³ ROMAN MARQUEZ Alejandro, “La mediación como instrumento para la resolución de conflictos de consumo en el ámbito turístico”, Universidad de Sevilla, p. 60 – 62.

Teniendo en cuenta la investigación del Dr. Román, en aplicación de la legislación comparada nuestra situación en el Perú, es similar a lo que se refiere el citado investigador de esta manera se tiene que al existir una gran debilidad por el turista tanto extranjero como nacional se debería de generar por parte de los denominados operadores turísticos de los cuales comprenden los orientadores turísticos un punto de equilibrio para brindar un servicio idóneo el cual todo turista tiene derecho a ser informado de manera correcta sobre el servicio ofrecido, los riesgos que conllevarían a tomar el servicio, los implementos necesarios que debería de contar en caso de accidentes, etc.

2.3.1.4. Derecho del consumidor en el servicio turístico

Para referimos sobre los derechos que tienen los consumidores necesariamente primero tenemos que tener en cuenta a quienes se consideran consumidores, siendo que según el Código de Protección y Defensa del Consumidor en su Artículo IV numeral 1.1. refiere que los consumidores o usuarios son las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e

inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos del código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.

Por lo que al conocer quiénes son los consumidores dentro del mercado tendremos en cuenta que los derechos de los consumidores según el Capítulo I, artículo 1, inciso 1.1. de la ley 29571, refiere que los consumidores tienen los siguientes derechos:

- a) Derecho a una protección eficaz respecto de los productos y servicios que, en condiciones normales o previsibles, representen riesgo o peligro para la vida, salud e integridad física
- b) Derecho a acceder a información oportuna, suficiente, veraz y fácilmente accesible, relevante para tomar una decisión o realizar una elección de consumo que se ajuste a sus intereses, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios
- c) Derecho a la protección de sus intereses económicos y en particular contra las cláusulas

abusivas, métodos comerciales coercitivos, cualquier otra práctica análoga e información interesadamente equivoca sobre los productos o servicios.

- d) Derecho a un trato justo y equitativo en toda transacción comercial y a no ser discriminados por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición, económica o de cualquier otra índole.
- e) Derecho a la reparación o reposición del producto, a una nueva ejecución del servicio, o en los casos previstos en el Código, a la devolución de la cantidad pagada, según las circunstancias
- f) Derecho a elegir libremente entre productos y servicios idóneos y de calidad conforme a la normativa pertinente, que se ofrezcan en el mercado y a ser informados por el proveedor sobre los que cuenta
- g) A la protección de sus derechos mediante procedimientos eficaces, céleres o ágiles, con formalidades mínimas, gratuitos o no costosos, según sea el caso, para la atención de sus reclamos o enuncias ante las autoridades competentes.

- h) Derecho a ser escuchados de manera individual o colectiva a fin de defender sus intereses por intermedio de identidades públicas o privadas de defensa del consumidor, empleando los medios que el ordenamiento jurídico lo permita
- i) Derecho a la reparación y a la indemnización por daños y perjuicios conforme a las disposiciones del presente código y a la normativa civil sobre la materia
- j) Derecho a asociarse con el fin de proteger sus derechos e intereses de manera colectiva en el marco de las relaciones de consumo
- k) Derecho al pago anticipado o prepago de los saldos en toda operación de crédito, en forma total o parcial, con la siguiente reducción de los intereses compensatorios generados al día de pago y liquidación de comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales pactadas entre las partes, sin que les sean aplicables penalidades de algún tipo o cobros de naturaleza o efecto similar.

De lo referido, según Esteban Carbonell O'Brien, en el libro Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor refiere que los derechos señalados son con

la única finalidad de proteger a los consumidores e impedir que estos se afecten mediante la relación de consumo.¹⁴ Asimismo, según el Artículo 57 de la Constitución Política del Estado refiere que, “el estado defiende el interés de los consumidores y usuarios, por la salud y la seguridad de la población”.

Por lo señalado, se tiene que el estado protege al consumidor a fin de salvaguardar sus derechos y estos no sean transgredidos al momento de que se realice la relación de consumo, por lo tanto, el derecho del consumidor tiene la misma función en materia de servicios turísticos, para lo cual el proveedor que brinda el servicio turístico deberá tener en cuenta cuales son los principales derechos que tiene los consumidores para este caso vendrían a ser los turistas tanto nacionales como internacionales a fin de brindar un servicio adecuado, idóneo y de calidad.

¹⁴ CARBONELL O'BRIEN, Esteban, “Análisis al Código de Protección y Defensa del consumidor”, mayo 2015, Jurista Editores E.I.R.L, p. 94.

2.3.2. La Autorregulación de los operadores turísticos

Según GARCÍAS DE ESPAÑA, Eugenia, en su revista jurídica titulada “Autorregulación y Solución de Conflictos en el Ámbito del Turismo” denomina la autorregulación como voluntaria siendo esta una característica principal como un código de conducta.¹⁵

Por lo que es preciso referir que en el Foro de Cooperación Económica Asia - Pacífico APEC 2016, “Seminario de intercambio de buenas prácticas y experiencias sobre autorregulación publicitaria de las economías APEC” la segunda vicepresidenta del Perú Mercedes Araoz resaltó la importancia de la autorregulación publicitaria en beneficio del consumidor para el cual señaló que se debe encontrar el equilibrio el cual se podrá lograr a través de un dialogo público y privado.

2.4. MARCO CONCEPTUAL

La Mediación.-

Según Pinedo Aubian F. Martin, en su libro “La Conciliación y el arbitraje de consumo como formas de tutela del Consumidor en el Perú” refiere que “Una forma más elaborada de resolución autocompositiva de conflictos es la mediación, en la que se induce la participación secundaria de un tercero neutral en esa negociación para que colabore operativamente con las

¹⁵ GARCÍAS DE ESPAÑA, Eugenia “Autorregulación y Solución de Conflictos en el Ámbito del Turismo”.

partes, creando un espacio de dialogo, sirviendo como una especie de moderador que guía el desarrollo del proceso de comunicación entre las partes, persiguiendo como finalidad que se pueda llegar a un acuerdo satisfactorio para ambas partes y que resulte de la coincidencia de sus voluntades, aunque el mediador se encuentra prohibido de formular recomendaciones o sugerencias respecto del tema de disputa”.¹⁶

Autorregulación.-

Según GARCÍAS ESPAÑA, Eugenia, en la revista jurídica De Les Illes Balears, refiere que la autorregulación es tiene como principal característica la voluntariedad en el cual es una conducta que en el servicio turístico se manifiesta como una competencia entre las empresas del sector toda vez que ofrecen una mejor expectativa al consumidor.¹⁷

Métodos Alternativos de Resolución de Conflictos. -

De acuerdo con Pinedo Aubian F. Martín, en su libro “La Conciliación y el arbitraje de consumo como formas de tutela del Consumidor en el Perú”, refiere que “el tema de la resolución adecuada de los conflictos en la sociedad se ha transformado en

¹⁶ Pinedo Aubian F. Martín, “La Conciliación y el Arbitraje de Consumo como formas de Tutela del Consumidor en el Perú”, septiembre 2016, p. 112-114.

¹⁷GARCÍAS DE ESPAÑA, Eugenia, “Autorregulación y Solución de conflictos en el ámbito del turismo”, revista jurídica de Les Illes Balears, España disponible en <https://revistajuridicaib.icaib.org/autorregulacion-y-solucion-de-conflictos-en-el-ambito-del-turismo-m-a-n-tur-faundez-coord-madrid-coldex-2014/>

una preocupación central en los estados democráticos y modernos que persiguen el bienestar social de su población. Para este fin se han intentado implementar mecanismos voluntarios e informales, así como obligatorios y coactivos, que comprenden una alta gama de acciones y procesos que tratan el conflicto y su solución desde distintas perspectivas y alcances.¹⁸

Así también, GUTARRA BALTAZAR Marco Antonio, en su “Manual de Enseñanza para Conciliadores Extrajudiciales Huancayo”, refiere que “los mecanismos alternativos de resolución de conflictos (MARCS) pueden ser definidos como las posibilidades distintas al proceso judicial son las que contamos para resolver nuestro conflicto. Sustituyen la decisión del juez, por una decisión consensual de las partes involucradas”.¹⁹

Orientadores Turísticos. -

Según LAZO Cesar, GILBERT Arrospide en “El Manual del Guía del Interpretador Ambiental” señala que es la persona encargada de realizar el guiado y la conducción de la visita turística, brindando información necesaria y requerida por el turista en los casos que se requiera; solo pueden ser guías

¹⁸ Pinedo Aubian F. Martin, “La Conciliación y el Arbitraje de Consumo como formas de Tutela del Consumidor en el Perú”, septiembre 2016, p. 108.

¹⁹ GUTARRA BALTAZAR Marco Antonio, “Manual de Enseñanza para Conciliadores Extrajudiciales Huancayo”, Huancayo.

reconocidos como tal por la autoridad competente ya que deben cumplir con requisitos mínimos.²⁰

Consumidor. -

Asimismo, según la jurisprudencia vinculante del Tribunal Constitucional refiere que (Fundamento 63/Exp.Nº3330-2004-AA/TC), el consumidor es aquella persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta tanto de productos o servicios que se ofrecen en el mercado.²¹

Turista. -

Según, el Ministerio de Economía y Finanzas “Turismo, Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos”, refiere que el turista “Es toda persona que se desplaza a un lugar

²⁰ Gilbert Arrospide Cesar Lazo, Manual del Guía Intérprete Ambiental GTZ 2009, disponible en <http://www.monografias.com/trabajos92/guias-y-orientadores-locales/guias-y-orientadores-locales.shtml#ixzz4oYjBtgYk>

²¹ Jurisprudencia vinculante Exp.Nº3330-2004-AA/TC, fundamento 63, “La responsabilidad en la protección de los ciudadanos como usuarios, respecto de los usuarios a la discoteca, es decir, los concurrentes a la misma, a partir del artículo 65 de la constitución, este colegiado ha reconocido, en los fundamentos 27 ss. De la sentencia del Expediente 0008-2003-AI/TC, lo siguiente: “así como la constitución protege a los agentes económicos encargados de establecer la oferta en el mercado a partir del ejercicio de los derechos de libre empresa, comercio e industria, con igual énfasis protege al individuo generador de demanda, es decir, al consumidor o el usuario. El consumidor o usuario es el fin de toda actividad económica; es decir, es quien cierra el círculo económico satisfaciendo sus necesidades y acrecentando su bienestar a través de la utilización de una gama de productos y servicios. En puridad, se trata de una persona natral o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta de determinados productos (como consumidor) o servicios (como usuario) que previamente han sido ofrecidos al mercado. Es indudable que la condición de consumidor o usuario se produce a través de la relación que este entabla con un agente proveedor- independiente de su carácter público o privado, sea en calidad de destinatario de alguna forma de servicio. En consecuencia, la condición de consumidor o usuario no es asignable a cualquier individuo o ente, sino a aquel vinculado a los agentes proveedores dentro del contexto de las relaciones generadas por el mercado, las cuales tienen un correlato la actuación del estado para garantizar su correcto desenvolvimiento”. (...)

distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado.

Los visitantes son parte de la población afectada por un problema que un proyecto de inversión pública, en el sector turismo, intenta solucionar.

Se clasifican en dos grupos:²²



Asimismo, según la Ley General del Turismo N°29408 en el anexo 2, señala que el turista “Es cualquier persona que trabaja en un lugar diferente al de su residencia habitual que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita aunque no tenga que pagar por alojamiento y cuyo principal motivo de viaje es el ocio u ocupación del tiempo libre negocios peregrinaciones; u otra diferente actividad remunerada en el lugar de destino”.²³

²² Ministerio de Economía y Finanzas, “Turismo, Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos”, primera Edición, setiembre de 2011, Lima.

²³ Ley General del Turismo N°29408, Anexo2, numeral 9.-

2.5. MARCO FORMAL O LEGAL

Según **Art. 65 de la Constitución Política del Perú** señala, que el estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a disposición del mercado. Asimismo, vela en particular por la salud y seguridad de la población.

La **Ley 29571 “Código de Protección y Defensa del Consumidor”**, en su artículo 148, “Los consumidores pueden someter a mediación la controversia surgida con el proveedor con anterioridad a la tramitación de un procedimiento administrativo por infracción a las disposiciones de este Código”.

Así tenemos que en el libro Análisis al Código de Protección y defensa del consumidor, el autor CARBONELL O'BRIEN, Esteban, en su comentario al artículo en mención, comenta que el referido artículo promueve a que los consumidores puedan someterse a la mediación a raíz de un conflicto suscitado con un proveedor esto antes que se inicie un procedimiento administrativo sancionador. Por lo que señala que la mediación al intervenir un tercero neutral permitirá ayudar a las partes a

Turista: “cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.”

que a partir del dialogo y comunicación surja una solución el mismo que se formalizará bajo un acta de mediación.²⁴

Asimismo, **de la ley N°29408**, en la **Ley General de Turismo**:

- En el **Artículo 27.- Prestadores de servicios turísticos**

Son prestadoras de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, las que se incluyen en el Anexo núm. 1 de la presente Ley.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo reglamenta en cada caso, a través de decretos supremos, los requisitos, obligaciones y responsabilidades específicas que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos.

Asimismo, mediante resolución ministerial, se puede ampliar la relación de prestadores de servicios turísticos incluidos en el Anexo núm. 1.

²⁴ CARBONELL O'BRIEN, Esteban, "Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor", p. 576.

- En el **artículo 35** promueve la creación de una Red de Protección al Turista, en el cual las funciones de la referida ley son según lo siguiente: (...)
 - f) proponer normas orientadas a la protección y defensa del turista,
 - g) realizar acciones conjuntas con el sector privado para la protección y defensa del turista, (...)

Además, según la **Ordenanza Regional N°115-2011-GRJ/CR, ordenanza que crea la “Red Regional de Protección al Turista Junín”**, La Gerencia Regional de Desarrollo Económico en coordinación con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo realizarían la elaboración del Plan Regional de Protección al Turista.

En el en **Artículo VI Políticas Públicas del Título Preliminar del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en el numeral 6** señala que el estado garantiza los mecanismos eficaces para la solución de conflictos entre proveedores y consumidores, los cuales son la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario y sistemas de autorregulación.²⁵

²⁵ Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571- Artículo VI del Título Preliminar, numeral 6 “El estado garantiza mecanismos eficaces y expeditivos para la resolución de conflictos entre proveedores y consumidores. Ara tal efecto, promueven que los proveedores atiendan y solucionen directa y rápidamente los reclamos de los consumidores, el uso de mecanismos alternativos de solución de Conflictos como la mediación, la conciliación y el arbitraje de consumo voluntario, y sistemas de autorregulación; asimismo, garantiza el acceso a procedimientos administrativos y judiciales ágiles, expeditos y eficaces, para la

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

A) Métodos generales de investigación

Método científico

Según NOGUERA RAMOS Iván, en el libro “Guía para Elaborar una Tesis de Derecho”, señala que el método científico es un procedimiento mediante el cual se realiza con técnicas para obtener un fin, el mencionado autor también cita a Kuprian el mismo que refiere que es una cadena ordenada de pasos dentro de un marco conceptual el cual tiene reglas que permitirán lograr un proceso de conocimiento desde lo conocido a lo desconocido.²⁶

resolución de conflictos y la reparación de daños. Igualmente, facilita el acceso a las acciones por intereses colectivos y difusos”.

²⁶ NOGUERA RAMOS Ivan, en el libro “Guía para Elaborar una Tesis de Derecho”, Lima: Editorial Grijley, 2014, p. 65.

De acuerdo con el método utilizado en la presente investigación se seguirá los pasos de manera ordenada a fin de llegar a una conclusión.

B) Métodos Específicos de Investigación

De acuerdo con Iván Noguera Ramos en su libro “Guía para Elaborar una Tesis de Derecho” se aplicará el método de la observación toda vez que refiere que este método es a partir de la obtención de información sobre los fenómenos de la realidad.²⁷

El referido método se utilizará como referencia para la presente investigación por cuanto guarda relación con el análisis del trabajo.

C) Métodos Particulares de Investigación

Método Sociológico y funcional

Según RAMOS NUÑEZ Carlos en su libro “Como Hacer una Tesis de Derecho y no envejecer en el Intento”, señala que este tipo de método parte de una base empírica siendo que su objeto es la realidad social de un comportamiento individual o colectivo.²⁸

²⁷ NOGUERA RAMOS, Ivan, Idem. p. 79.

²⁸ RAMOS NUÑEZ Carlos, “Como Hacer una Tesis de Derecho y no envejecer en el Intento”, Lima, editorial Iustitia, 2011, p. 98

Por lo referido, el presente trabajo estuvo basado en el comportamiento de los orientadores turísticos a fin de implementar la mediación como método de solución de conflictos.

3.2. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Tipo de investigación

Investigación Básica

De acuerdo con Gonzales Castro, Abel; Oseda Gago, Dulio; Ramírez Rosales, Felicísimo; Gave Chagua, José, según el libro “¿Como Aprender y Enseñar Investigación Científica?”, refiere que este tipo de investigación está relacionado a la satisfacción de entender el propósito del estudio en formular nuevas teorías o modificar las existentes para el cual desarrolla los conocimientos científicos.²⁹

3.2.2. Nivel de investigación

Correlacional

De acuerdo con Alston, C, refiere que la investigación correlacional tiene sus bases en numerosas pruebas estadísticas que señalan coeficientes de correlación entre las variables. Estos

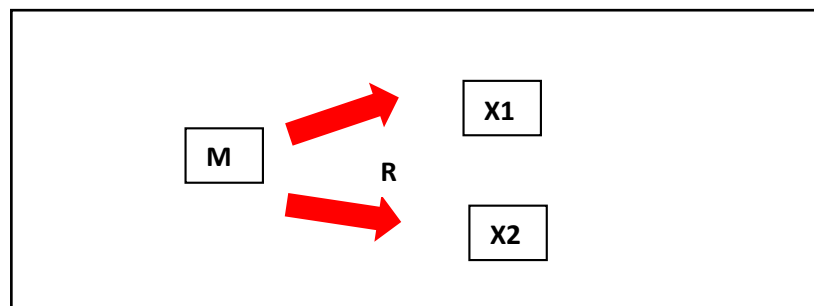
²⁹ Gonzales Castro, Abel; Oseda Gago, Dulio; Ramírez Rosales, Felicísimo; Gave Chagua, José, “¿Como Aprender y Enseñar Investigación Científica?”, Segunda Edición, Huancayo, Noviembre 2014, p. 159.

coeficientes son representados numéricamente para indicar la fuerza y dirección de una relación.³⁰

Por lo que en el presente trabajo consiste en buscar diversas variables que interactúan entre sí, de esta manera cuando se evidencia el cambio en una de ellas, se puede asumir cómo será el cambio en la otra que se encuentra directamente relacionada con la misma.

Por lo referido, al realizar el estudio correlacional en el presente trabajo se tendrá en cuenta según el siguiente gráfico:

Gráfico 1



Donde:

- M: es la muestra siendo los orientadores turísticos
- X1: es la variable independiente siendo La Mediación como Instrumento de Solución de Conflictos.
- X2: es la variable dependiente siendo La autorregulación.

³⁰ Alston, C. (2017). *com*. Obtenido de Correlational Studies in Psychology: Examples, Advantages & Types: study.com.

- R: es la relación entre la variable independiente y la variable dependiente.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es un diseño Jurídico Exploratorio, de acuerdo con Lino Aranzamendi Ninacondor en su libro “Instructivo Teórico – Practico del Diseño y Redacción de la Tesis en Derecho”, señala que con este diseño se dan pasos principios sobre alguna reciente materia para el derecho, donde abren las investigaciones más serias y profundas.³¹

Por lo que, la investigación realizada tiene relación con el diseño de investigación señalada.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Según GONZALES Abel, OSEDA Dulio, RAMIRES Felicísimo, GAVE José, en el libro “Como aprender y enseñar investigación Científica” cita a Levin (1979), “la población o universo es el conjunto de individuos que comparten por lo menos una característica, sea una ciudadanía común, la calidad de ser

³¹ Aranzamendi Ninacondor, Lino, “Instructivo Teórico – Práctico del Diseño y Redacción de la Tesis en Derecho” Editora y Librería Jurídica Grijley E.I.R.L. – Peru, p. 80.

miembros de una asociación voluntaria o de una raza, la matricula en una misma universidad, o similares”.³²

Por lo tanto, la población para el presente trabajo estará conformada de la siguiente manera:

PERSONAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Orientadores turísticos	20	100%
TOTAL	20	100%

3.4.2. Muestra

Según Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, “Metodología de la Investigación” Quinta Edición Mac Graw Hill/Interamericana Editores – México, señala que la muestra es un subgrupo de la población del cual se recogerán los datos a investigar el mismo que deberá ser delimitado con exactitud, éste deberá ser representativo de dicha población.³³

Por lo que en el presente trabajo se desarrollara la muestra no probabilística, toda vez que depende de las características de la investigación y del proceso de toma de

³² GONZALES Abel, OSEDA Dulio, RAMIRES Felicísimo, GAVE José, en el libro “Como aprender y enseñar investigación Científica”, Huancayo, Editorial Soluciones Graficas SAC segunda Edición, Noviembre 2014, p. 164.

³³ Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, op cit, p.176

decisiones del investigador por considerarse que es un procedimiento de selección informal.

En consecuencia, la muestra estará conformada por 20 operadores turísticos del distrito de Chanchamayo.

3.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.5.1. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

A) Técnicas de recolección de datos

Encuesta.-

De acuerdo con ARANZAMENDI NINACONDOR, Lino, “Instructivo Teórico Practico del Diseño y Redacción de la Tesis en Derecho”, refiere que la encuesta es una técnica de investigación mediante el cual se necesita de una muestra representativa de un colectivo utilizando para ello interrogantes con la finalidad de tomar las mediciones de todos los elementos a estudiar.³⁴

Que por lo tanto en el presente trabajo se aplicara esta técnica de encuesta.

³⁴ ARANZAMENDI NINACONDOR, Lino, “Instructivo Teórico Practico del Diseño y Redacción de la Tesis en Derecho”, Lima, editorial Grijley, 2013, p. 121-122.

B) Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario.-

Según MUÑOZ RAZO, Carlos, en su libro “Como Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis”, refiere que este tipo de instrumento de investigación es una forma de recolección de datos mediante el cual se hace uso de preguntas abiertas, cerradas etc, por lo que el encuestado brinda su respuesta según su propio criterio las mismas que deberán ser tabuladas para llegar a un resultado.³⁵

Según lo referido en el presente trabajo se realizará este tipo de instrumentos de recolección de datos a fin de recabar información que permitirá que se logre llegar a una conclusión.

3.5.2. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

- Recolección de datos, se plasmará haciendo uso de tablas y gráficos mediante las respuestas del cuestionario proporcionadas por los orientadores turísticos.
- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis, cabe precisar que la estadística que se realizará es mediante la RUEDA SPEARMAN, siendo el siguiente gráfico:

³⁵ MUÑOZ RAZO, Carlos, en su libro “Como Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis”, Segunda Edición, México, editorial Pearson Educación de México, 2011, p. 119.

Gráfico 2

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de hipótesis para la verificación estadística conviene seguir la asesoría de un especialista (estadístico).
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

- **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS POR VARIABLES**

Interpretación de resultado de la Variable 1:

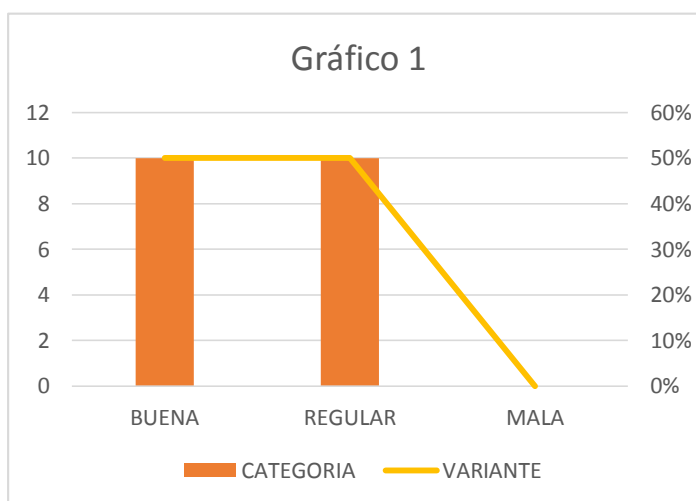
De los 20 operadores turísticos encuestados en el distrito de Chanchamayo periodo 2017, el 50% manifestaron que la mediación como método autocompositivo de solución de conflictos es Buena y además Regular, es decir que consideran que al solucionar un conflicto a través de la mediación consideran que hay celeridad, de igual manera se permite la integración de las partes, la participación de las mismas a fin de obtener una solución pacífica en el cual dicho procedimiento facilita el entendimiento entre operadores turísticos y el turista.

TABLA 1

**LA MEDIACIÓN DE LOS OPERADORES TURISTICOS
EN EL DISTRITO DE CHANCHAMAYO – 2017**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA 16-20	10	50%
REGULAR 11-15	10	50%
MALA 6-10	00	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Cuestionario



Interpretación de resultado de la Variable 2:

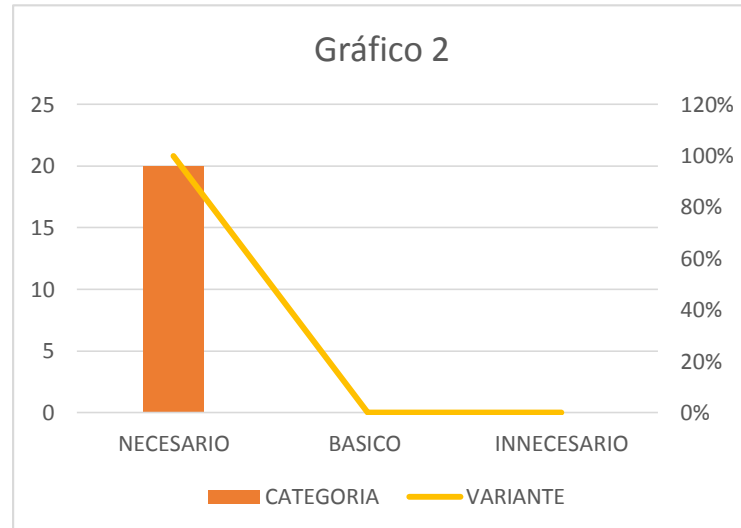
De los 20 operadores turísticos encuestados en el distrito de Chanchamayo periodo 2017, el 100% consideran que es necesaria la autorregulación de los operadores turísticos, es decir que señalan que es oportuno el consentimiento de los operadores turísticos a fin de poder mejorar el servicio que brindan para el cual la responsabilidad está en ellos mismos a fin de obtener un buen resultado en donde permiten la libertad de decisión al momento de dar solución a los conflictos que se susciten donde es importante primero reconocer y dar valoración al servicio que ofrecen y con ello se permitirá que conozcan sus debilidades, fortalezas, amenazas con la única finalidad de tener buenas prácticas de un servicio adecuado dentro del distrito de Chanchamayo.

TABLA 2

**LA AUTORREGULACION DE LOS OPERADORES
TURISTICOS EN EL DISTRITO DE CHANCHAMAYO
PERIODO 2017**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NECESARIO 26-33	20	100%
BASICO 18- 25	00	0%
INNECESARIO 10-17	00	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Cuestionario



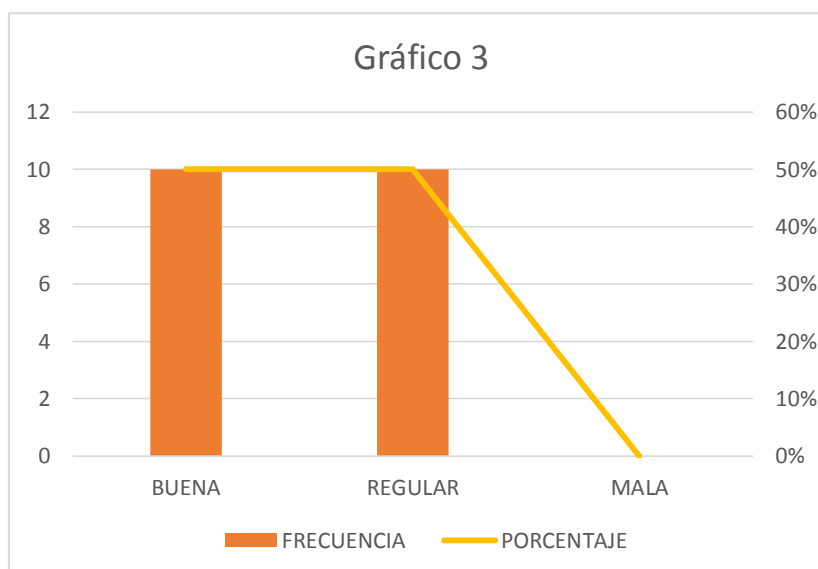
- **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS POR DIMENSIONES**

TABLA 3

EL METODO AUTOCOMPOSITIVO EN MATERIA DE CONSUMO
EN EL DISTRITO DE CHANCHAMAYO PERIODO 2017

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENA 16-20	10	50%
REGULAR 11-15	10	50%
MALA 6-10	00	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Cuestionario



Interpretación de resultado de la Dimensión 3:

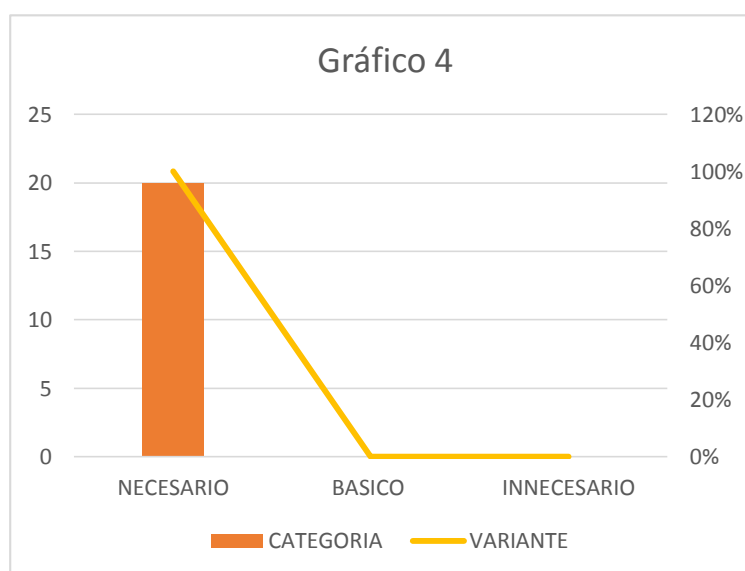
De los 20 operadores turísticos encuestados en el distrito de Chanchamayo periodo 2017, el 100% consideran que es buena y regular el método autocompositivo en materia de consumo, es decir que señalan que es oportuno el consentimiento de los operadores turísticos a fin de poder mejorar el servicio que brindan para el cual la responsabilidad está en ellos mismos a fin de obtener un buen resultado en donde permiten la libertad de decisión al momento de dar solución a los conflictos que se susciten donde es importante primero reconocer y dar valoración al servicio que ofrecen y con ello se permitirá que conozcan sus debilidades, fortalezas, amenazas con la única finalidad de tener buenas prácticas de un servicio adecuado dentro del distrito de Chanchamayo.

TABLA 4

LA VOLUNTARIEDAD DE LOS ORIENTADORES
TURISTICOS EN EL DISTRITO DE CHANCHAMAYO
PERIODO 2017

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NECESARIO 13-16	20	100%
BASICO 9-12	00	0%
INNECESARIO 5-8	00	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Cuestionario



Interpretación de resultado de la Dimensión 4:

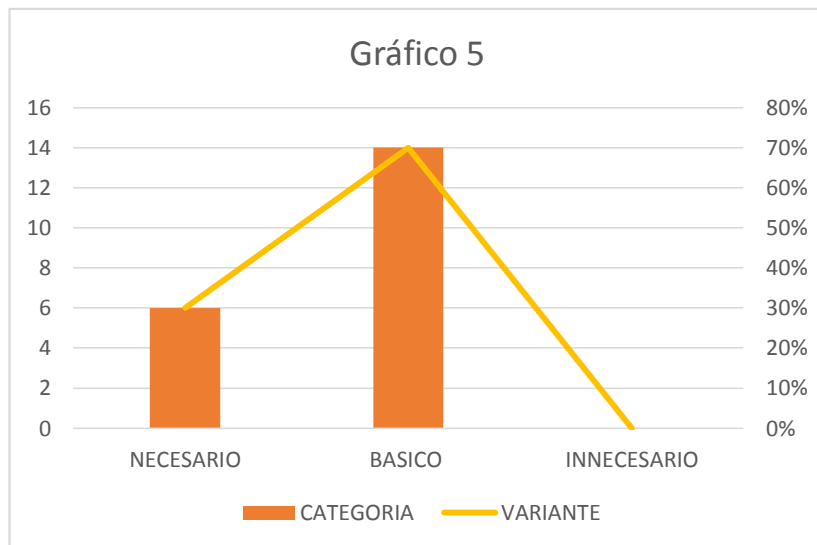
De los 20 operadores turísticos encuestados en el distrito de Chanchamayo periodo 2017, el 100% consideran que es necesario la voluntariedad de los orientadores turísticos, es decir que señalan que debe de haber consentimiento, responsabilidad, resultado, libertad de decisión y reconocimiento todo ello con el fin de mejorar el servicio que brindan los orientadores turísticos.

TABLA 5

LA AUTOEVALUACIÓN DE LOS ORIENTADORES
TURISTICOS EN EL DISTRITO DE CHANCHAMAYO
PERIODO 2017

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NECESARIO 13-16	6	30%
BASICO 9-12	14	70%
INNECESARIO 5-8	00	0%
TOTAL	20	100%

Fuente: Cuestionario



Interpretación de resultado de la Dimensión 5:

De los 20 operadores turísticos encuestados en el distrito de Chanchamayo periodo 2017, el 70% consideran que es básico la autoevaluación de los orientadores turísticos, es decir que señalan que debe de haber consentimiento, responsabilidad, resultado, libertad de decisión y reconocimiento todo ello con el fin de mejorar el servicio que brindan los orientadores turísticos.

4.1.1. PRIMERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

H0 – No Existe la relación entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.

H1 - Existe la relación entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.

4.1.2. SEGUNDA HIPOTESIS ESPECÍFICA

HO- No existe la relación entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.

H1- Existe la relación entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.

4.1.3. TERCERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

HO- No existe la relación entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017.

H1- Existe la relación entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017.

4.2. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS se hace de las encuestas un análisis inferencial es estadístico

Pasos para realizar la prueba de la hipótesis:

1. Se plantea la hipótesis nula y la alternativa
2. Se selecciona el nivel de significancia, probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera.
3. Se identifica el estadístico de prueba, es determinado a partir de la información muestral que se utiliza para determinar si se rechaza la hipótesis nula

4. Se forma la regla de decisión
5. Se toma una muestra y se decide, toma de resultados
 - No se rechaza H_0
 - O se rechaza H_0 y se acepta H_1

De la hipótesis general señalada se verificó mediante la prueba de hipótesis sobre la existencia de la relación entre la mediación y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced periodo 2017, mediante la referida prueba según la Rueda de Spearman se verifica que el significado de bilateralidad de las variables analizadas señala p-valor "sig. (bilateral)= $0.000 \leq 0.05$ ", el cual el significado de bilateralidad materia de análisis es de 0.004 el mismo que es menor a 0.05 lo que conlleva a rechazar la H_0 (Hipótesis Nula) concluyendo que hay existencia de relación entre la variables mediación y la autorregulación de los orientadores turísticos.

Lo que queda evidenciado con el valor coeficiente de correlación $\rho = 0,613$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable entre las variables mencionadas.

Tabla de Correlación 1

			VAR00001	VAR00002
Rho de Spearman	VAR00001	Coeficiente de correlación	1.000	,613**
		Sig. (bilateral)		.004
		N	20	20
	VAR00002	Coeficiente de correlación	,613**	1.000
		Sig. (bilateral)	.004	
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

4.2.1. PRIMERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

De la primera hipótesis específica señalada se verificó mediante la prueba de hipótesis sobre la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced periodo 2017, mediante la referida prueba según la Rueda de Spearman se verifica que el significado de bilateralidad de las variables analizadas señala p-valor “sig. (bilateral)= 0.000≤0.05”, el cual el significado de bilateralidad materia de análisis es de 0.004 el mismo que es menor a 0.05 lo que conlleva a rechazar la Ho (Hipótesis Nula) concluyendo que hay existencia de relación entre la variables método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos.

Lo que queda evidenciado con el valor coeficiente de correlación $p=0,613$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable entre las variables mencionadas.

Tabla de Correlación 2

			METODO AUTOCOMPOSITIVO	AUTORREGULACIÓN
Rho de Spearman	VAR00001	Coeficiente de correlación	1.000	,613**
		Sig. (bilateral)		.004
		N	20	20
	VAR00002	Coeficiente de correlación	,613**	1.000
		Sig. (bilateral)	.004	
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

4.2.2. SEGUNDA HIPOTESIS ESPECÍFICA

De la segunda hipótesis señalada se verificó mediante la prueba de hipótesis sobre la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced periodo 2017, mediante la referida prueba según la Rueda de Spearman se verifica que el significado de bilateralidad de las variables analizadas señala p-valor “sig. (bilateral)= $0.000 \leq 0.05$ ”, el cual el significado de bilateralidad materia de análisis es de 0.012 el mismo que es menor a 0.05 lo que conlleva a rechazar la H_0 (Hipótesis Nula) concluyendo que hay existencia de relación entre las variables método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos.

Lo que queda evidenciado con el valor coeficiente de correlación $p=0,551$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable entre las variables mencionadas

Tabla de Correlación 3

			AUTOCOMPOSITIVO	VOLUNTARIEDAD
Rho de Spearman	AUTOCOMPOSITIVO	Coeficiente de correlación	1.000	,551*
		Sig. (bilateral)		.012
		N	20	20
	VOLUNTARIEDAD	Coeficiente de correlación	,551*	1.000
		Sig. (bilateral)	.012	
		N	20	20

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

4.2.3. TERCERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

De lo investigado, según la tercera hipótesis señalada se verificó sobre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017, mediante la referida prueba según la Rueda de Spearman se verifica que el significado de bilateralidad de las variables analizadas señala p -valor “sig. (bilateral)= $0.000 \leq 0.05$ ”, el cual el significado de bilateralidad materia de análisis es de 0.006 el mismo que es menor a 0.05 lo que conlleva a rechazar la H_0 (Hipótesis Nula) concluyendo que hay existencia de relación entre las variables método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos.

Lo que queda evidenciado con el valor coeficiente de correlación $\rho = 0,589$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable entre las variables mencionadas.

Tabla de Correlación 4

			AUTOCOMPOSITIVO	AUTOEVALUACIÓN
Rho de Spearman	AUTOCOMPOSITIVO	Coeficiente de correlación	1.000	,589**
		Sig. (bilateral)		.006
		N	20	20
	AUTOEVALUACIÓN	Coeficiente de correlación	,589**	1.000
		Sig. (bilateral)	.006	
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.3.1. PRIMERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

De la primera Hipótesis específica sobre la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017. Según el Autor D. Rafael Díaz Álvarez en su tesis La Calidad de la Mediación en Nuevo León, México 2016, llegó a la conclusión de que es necesario crear las circunstancias necesarias para facilitar a los ciudadanos un acceso a la justicia enérgica, eficiente y de calidad

refiriéndose a la disponibilidad de instituciones que impartan justicia que permitan al ciudadano acudir debidamente a sus instalaciones y reciban un trato digno, respetuoso y sobre todo encomendado a resolver los conflictos a los que se enfrentan, por lo que considera que el centro estatal de Métodos Alternos para la Solución de Conflictos debe estar al mando de estas nuevas vías de resolución de conflictos coadyuvando con los centros de mediación municipales y centros privados, siendo una plataforma que nos lleve al nuevo modelo de resolución de conflictos mediante un ambiente de paz. Coincidentemente con el resultado de las encuestas se llegó a determinar que el 50% de los encuestados manifestaron que la mediación como método autocompositivo de solución de conflictos es Buena y además es Regular ver tabla 2 quedando de acuerdo con la posición del investigador Díaz por lo tanto en la contrastación de la hipótesis con respecto a la autorregulación se verifica que el significado de bilateralidad materia de análisis es de 0.004 el mismo que es menor a 0.05 lo que conlleva a referir que hay existencia de relación entre la variables método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos obteniendo como el coeficiente de correlación $\rho = 0,613$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable entre las variables mencionadas, según Ma Merce Darnasulleta Gardella en su tesis titulada derecho administrativo y Autorregulación: La Autorregulación Regulada, llego a la conclusión que la misma se presenta como una manifestación de la capacidad que poseen los sujetos privados de dotarse de estructuras, en

función de sus características pueden ser clasificadas de simples o primarias; complejas o secundarias; o difusas- que cumplen la función de aprobar y garantizar el cumplimiento de las normas de comportamiento que deben respetarse en el ejercicio de actividades que requieren un cierto grado de especialización o profesionalización. La articulación de las profesiones en torno a unos conocimientos técnicos especializados, y a una concepción ética común acerca de su función social, permite sostener que la autorregulación que emerge de tales estructuras posee un elevado componente técnico –reglas técnicas, normas técnicas, lex artis, protocolos de actuación, manuales de buenas prácticas, certificaciones técnicas- y/o una importante carga ética –códigos éticos, códigos de conducta, organismos de autocontrol. Por lo tanto se llega a tomar en cuenta que según Martin Pinedo Aubian, en su libro “Nuevos Enfoques de la Conciliación y Arbitraje”, señala que la mediación es un método elaborado de resolución de conflictos en el cual la participación de un tercero denominado mediador coadyuva para que los interesados mediante el dialogo lleguen a un acuerdo que satisfaga sus necesidades y María Jesús Moro Almaraz, en su libro “La Protección del Turista ante el comercio electrónico” señala que la autorregulación es una mejor manera de poder afrontar desde el compromiso de calidad de las empresas a fin de implementar nuevos retos con la finalidad de armonizar legislaciones y ofrecer instrumentos ágiles con ello ayuda a fortalecer las vías de composición extrajudicial.

4.3.2. SEGUNDA HIPOTESIS ESPECÍFICA

De la segunda Hipótesis específica sobre la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017. Según la Autora Matha Pelayo Lavin, Universidad de Salamanca en su tesis La Mediación como vía complementaria de resolución de conflictos, llega a la conclusión que la mediación es un método autocompositivo de resolución de conflictos, puesto que son las propias partes las que van a intentar poner fin a la controversia surgida, en el que si interviene un tercero no hace que sea una heterocomposición, puesto que en la mediación son las partes las que adquieren el protagonismo y la exclusividad en la adopción de los acuerdos. Por lo que, con el resultado de las encuestas se llegó a determinar que tanto el 50% refiere que es buena y el otro 50% refiere que es regular ver Tabla 3; quedando de acuerdo con la posición con la investigadora por lo tanto en la contrastación de la hipótesis con respecto a la voluntariedad el significado de bilateralidad es de 0.012 el mismo que es menor a 0.05 concluyendo que hay existencia de relación entre las variables quedando evidenciado con el valor coeficiente de correlación $p = 0,551$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable. Asimismo, según Diana Emilia Andrade Correa en su tesis “La Mediación y el Arbitraje como Métodos Alternativos resolución de conflictos en los Contratos Administrativos”, llegó a la conclusión de que los Métodos Alternativos de Solución de Conflictos (Conciliación, transacción, Mediación, Arbitraje y

todas) tenga en cuenta que a la existencia de una controversia de cualquier índole, por lo que cree que los seres humanos sí somos capaces de hacer uso de las cualidades humanas, por lo que La Mediación como método autocompositivo ha sido utilizado por el sector privado y por el sector público; por lo tanto se llega a tomar en cuenta al autor Alipio Montes de Oca Vidal en su revista Lumen de la Facultad de Derecho de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, en el cual refiere que el método autocompositivo es la solución del conflicto por parte de los propios protagonistas o intervinientes en el mismo. De manera similar a la heterocomposición, en la autocomposición puede intervenir un tercero ajeno a la relación, sin embargo, el tercero no puede ni debe imponer su decisión o fórmula de solución. Los mecanismos más conocidos son la negociación, la mediación y la conciliación.

4.3.3. TERCERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

De la tercera Hipótesis específica sobre la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced –2017. Según el Autor Julio Baltazar Durand Carrión en su tesis “Los Vacíos del nuevo código de protección y defensa del consumidor y su repercusión en los derechos del consumidor perspectivas y efectos en el derecho civil”, llegó a la conclusión de que en el mercado actual algunos proveedores están creando mecanismos de autorregulación para controlar

internamente sus faltas y evitar una acción fiscalizadora y sancionatoria por parte del Estado aplicando la autoevaluación, por lo que al verificar con el resultado de las encuestas se llegó a determinar que el 70% de los encuestados manifestaron que es básico la autoevaluación de los orientadores turísticos para mejorar el servicio de brindan, ver tabla 5, quedando de acuerdo con la posición del investigador por lo tanto en la contrastación de la hipótesis el significado de bilateralidad es de 0.006 el mismo que es menor a 0.05 lo que concluye que hay existencia de relación entre las variables, lo que queda evidenciado con el valor coeficiente de correlación $\rho = 0,589$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable, finalmente, con respecto a la autoevaluación según Moro Almoraz, María Jesús, en su libro “La Protección del Turista ante el comercio electrónico” señala que la autorregulación es una mejor manera de poder afrontar desde el compromiso de calidad de las empresas a fin de implementar nuevos retos con la finalidad de armonizar legislaciones y ofrecer instrumentos ágiles con ello ayuda a fortalecer las vías de composición extrajudicial.

CONCLUSIONES

1. Se determinó la existencia de la relación entre la mediación y la autorregulación, toda vez que en la prueba de hipótesis realizada se tiene el significado de bilateralidad de 0.004 con el valor coeficiente de correlación $p= 0,613$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable, ver tabla de correlación 1.
2. Asimismo, se experimentó la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la autorregulación, toda vez que en la prueba de hipótesis realizada se tiene el significado de bilateralidad de 0.004 con el valor coeficiente de correlación $p= 0,613$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable, ver tabla de correlación 2.
3. Además, también se probó la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017, en el cual en la prueba de hipótesis realizada señala el significado de bilateralidad es de 0.012 con el valor coeficiente de correlación $p= 0,551$ por lo que se interpreta como una correlación positiva considerable, ver tabla de correlación 3.
4. Finalmente, también se probó la existencia de la relación entre el método autocompositivo y la autoevaluación, en el cual en la prueba de hipótesis realizada señala que el significado de bilateralidad materia de análisis es de 0.006 con el valor coeficiente de correlación $p= 0,589$ el cual se interpreta como una correlación positiva considerable, ver tabla de correlación 4.

RECOMENDACIONES

1. De acuerdo con la investigación realizada al haberse determinado la existencia de relación entre la mediación y la autorregulación, se recomienda que se aplique dentro del distrito de Chanchamayo, la mediación como un método eficaz de solución de conflictos en materia de consumo.
2. Asimismo, en relación con el método autocompositivo de solución de conflictos y la autorregulación, es necesario que la Municipalidad Provincial de Chanchamayo active la red de protección al turista con la única finalidad de que se brinde solución a un conflicto que se pueda suscitar dentro del servicio turístico.
3. Además, según método autocompositivo y la voluntariedad, siendo que dicha relación es directa toda vez que la voluntariedad es característica propia de la autorregulación, se recomienda que al activar la red de protección al turista los operadores turísticos mediante la autorregulación trataran de brindar un mejor servicio a los consumidores.
4. Finalmente, el método autocompositivo y la autoevaluación es la forma primordial y la razón de ser de la autorregulación por lo tanto al estar activado la red de protección al turista las entidades que lo conforman harán el seguimiento necesario a fin de brindar un servicio adecuado.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

1. ANDRADE CORREA, Diana Emilia, “La Mediación y el Arbitraje como Métodos Alternativos de solución de conflictos en los Contratos Administrativos” Universidad Central del Ecuador – Quito 2015, p. 127-129.
2. DIAZ ALVAREZ, Rafael, “La Calidad de la Mediación en Nuevo León, México” Universidad de Murcia México - 2016, p.249-251.
3. ROMAN MARQUEZ Alejandro, 2008-Granada “El Municipio Turístico Régimen Jurídico y Propuestas para su mejora”, Universidad de Granada, Granada – 2008, p. 1249-1266.
4. BLACO CARRASCO, M, La alternativa de la mediación en conflictos de consumo: presente y futuro, “Resolución del Consejo de 25 de mayo de 2000 relativa a una red comunitaria de órganos nacionales responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo”, p.136.
5. GARCIA MONTUFAR, Juan. “Los métodos alternativos de solución de conflictos”, en Derecho y Sociedad, disponible en <http://blog.pucp.edu.pe/item/28502/los-medios-alternativos-de-solucion-de-conflictos> (consulta: 12 de agosto de 2011).
6. Artículo 147°, 148° y 144° del Código de Protección y Defensa del Consumidor.
7. MONTES DE OCA VIDAL, Alipio, “Mecanismos Alternativos de Solución de Conflictos” en: la revista Lumen, Facultad de Derecho de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón, p. 115.

8. ORE IBARRA, Luis E, “Nuevos Enfoques de la Conciliación y Arbitraje”, septiembre 2016, Pacífico editor, p. 42.
9. Espejo Espinal, María Stephanie, “La Eficacia de la Autorregulación Publicitaria en el Perú como Mecanismo Alternativo”, Pontificia Universidad Católica del Perú, - 2017, disponible en http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/8607/ESPEJO_MARIA_autorregulacion_publicidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y
10. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, Abelardo Aramayo Baella, Ivo Gagliuffi Piercechi, Ricardo Maguiña Pardo, Carlos Rodas Ramos, Alex Sosa Huapaya, Pierino Stucchi López Raygada, “Competencia Desleal y Regulación Publicitaria”, Mayo del 2013, Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú, p. 122-123.
11. ROMAN MARQUEZ Alejandro, “La mediación como instrumento para la resolución de conflictos de consumo en el ámbito turístico”, Universidad de Sevilla, p. 60 – 62.
12. CARBONELL O'BRIEN, Esteban, “Análisis al Código de Protección y Defensa del consumidor”, mayo 2015, Jurista Editores E.I.R.L, p. 94.
13. GARCÍAS DE ESPAÑA, Eugenia “Autorregulación y Solución de Conflictos en el Ámbito del Turismo”.
14. Pinedo Aubian F. Martín, “La Conciliación y el Arbitraje de Consumo como formas de Tutela del Consumidor en el Perú”, septiembre 2016, p. 112-114.
15. GARCÍAS DE ESPAÑA, Eugenia, “Autorregulación y Solución de conflictos en el ámbito del turismo”, revista jurídica de Les Illes Balears,

España disponible en <https://revistajuridicaib.icaib.org/autorregulacion-y-solucion-de-conflictos-en-el-ambito-del-turismo-m-a-n-tur-faundez-coord-madrid-coldex-2014/>

16. Pinedo Aubian F. Martin, Idem. 108.
17. GUTARRA BALTAZAR Marco Antonio, “Manual de Enseñanza para Conciliadores Extrajudiciales Huancayo”, Huancayo.
18. Gilbert Arrospide Cesar Lazo, Manual del Guía Intérprete Ambiental GTZ 2009, disponible en <http://www.monografias.com/trabajos92/guias-y-orientadores-locales/guias-y-orientadores-locales.shtml#ixzz4oYjBtqYk>
19. Jurisprudencia vinculante Exp.Nº3330-2004-AA/TC, fundamento 63,
20. Ministerio de Economía y Finanzas, “Turismo, Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos”, primera Edición, setiembre de 2011, Lima.
21. Ley General del Turismo N°29408, Anexo2, numeral 9.
22. CARBONELL O'BRIEN, Esteban, “Análisis al Código de Protección y Defensa del Consumidor”, Lima, Jurista Editores, 2015, p. 576.
23. Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571- Artículo VI del Título Preliminar, numeral 6.
24. PINEDO AUBIAN Martin, Op Cit p. 112-114.
25. MORO ALMARAZ, María Jesús, “La Protección del Turista ante el comercio electrónico”, p.546, disponible en, <https://books.google.com.pe/books?id=mZlJPkOcAGAC&pg=PA531&lpg=PA531&dq=MORO+ALMARAZ,+Mar%C3%ADa+La+Protecci%C3%B3n+del+Turista+ante+el+comercio+electr%C3%B3nico%E2%80%9D&source=bl&ots=8QQU-7HK4B&sig=RaBVMnLN->

iEwWdP2_XO3c4_KIPg&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwis3sbbnOnVAhWI5
SYKHRapCF4Q6AEMjAC#v=onepage&q=MORO%20ALMARAZ%2C%2
0Mar%C3%ADa%20La%20Protecci%C3%B3n%20del%20Turista%20ant
e%20el%20comercio%20electr%C3%B3nico%E2%80%9D&f=false.

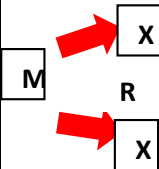
26. NOGUERA RAMOS Iván, en el libro “Guía para Elaborar una Tesis de Derecho”, Lima: Editorial Grijley, 2014, p. 65.
27. NOGUERA RAMOS Iván, ídem p. 79.
28. RAMOS NUÑEZ Carlos, “Como Hacer una Tesis de Derecho y no envejecer en el Intento”, Lima, editorial Iustitia, 2011, p. 98.
29. Gonzales Castro, Abel; Oseña Gago, Dulio; Ramirez Rosales, Felicísimo; Gave Chagua, José, “¿Como Aprender y Enseñar Investigación Científica?”, Segunda Edición, Huancayo, Noviembre 2014, p. 159.
30. Alston, C. (2017). *com*. Obtenido de Correlational Studies in Psychology: Examples, Advantages & Types: study.com.
31. Aranzamendi Ninacondor, Lino, “Instructivo Teórico – Práctico del Diseño y Redacción de la Tesis en Derecho” Editora y Librería Jurídica Grijley E.I.R.L. – Peru, p. 80.
32. GONZALES Abel, OSEÑA Dulio, RAMIREZ Felicísimo, GAVE José, en el libro “Como aprender y enseñar investigación Científica”, Huancayo, Editorial Soluciones Graficas SAC Segunda Edición, Noviembre 2014, p. 164.
33. Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, op cit, p.176

34. ARANZAMENDI NINACONDOR, Lino, "Instructivo Teórico Practico del Diseño y Redacción de la Tesis en Derecho", Lima, editorial Grijley, 2013, p. 121-122.
35. MUÑOZ RAZO, Carlos, en su libro "Como Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis", Segunda Edición, México, editorial Pearson Educación de México, 2011, p. 119.

ANEXOS

ANEXO I
MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Mediación en materia de consumo como instrumento de solución de
conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la
intervención del Indecopi sede La Merced-2017**

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO	ESTADISTICA
Pregunta General ¿Qué relación existe entre la mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017?	Objetivo General Determinar la relación que existe entre la mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.	Hipótesis General Existe una relación directa entre la mediación en materia de consumo como instrumento de solución de conflictos y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.	Variable 1 <u>Mediación</u> -Método Autocompositivo	Población Orientadores turísticos del Distrito de Chanchamayo Muestra 20 orientadores turísticos del distrito de Chanchamayo	Método: Científico Nivel de Investigación : Descriptiva Diseño: Correlacional  Donde: -M: es la muestra siendo los orientadores turísticos -X1: es la variable independiente siendo La Mediación como Instrumento de Solución de Conflictos. -X2: es la variable dependiente siendo La autorregulación. -R: es la relación entre la	Encuesta Cuestionario	-Recolección de datos, se plasmará haciendo uso de tablas y gráficos mediante las respuestas del cuestionario proporcionadas por los orientadores turísticos. -Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis, cabe precisar que la estadística que se realizara es mediante la rueda espearman. -Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente. - Comprobación de hipótesis. Para la verificación estadística conviene

					variable independiente y la variable dependiente.		seguir la asesoría de un especialista. - Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.
Preguntas específicas	Objetivo Específico	Hipótesis Específicas	Variable 2				
¿Qué relación existe entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017?	Establecer la relación que existe entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.	Existe una relación directa entre el método autocompositivo y la autorregulación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced - 2017.	Autorregulación <ul style="list-style-type: none"> • Voluntariedad • Autoevaluación 				
¿Qué relación existe entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced – 2017?	Establecer la relación que existe entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.	Existe una relación directa entre el método autocompositivo y la voluntariedad de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced - 2017.					
¿Qué relación existe entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced – 2017?	Establecer la relación que existe entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede la merced – 2017.	Existe una relación directa entre el método autocompositivo y la autoevaluación de los orientadores turísticos con la intervención del Indecopi sede La Merced – 2017.					

ANEXO II

PLAN MAESTRO - OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	SUB CATEGORIA DIMENSIONES	INDICADORES	REACTIVO Y PREGUNTAS	OPCIONES DE RESPUESTA
MEDIACION	MARTIN PINEDO AUBIAN .- "una forma más elaborada de resolución autocompositiva de conflictos es la mediación en la que se induce la participación secundaria de un tercero neutral en esa negociación para que colabore operativamente con las partes creando un espacio de dialogo, sirviendo como una especie de moderador que guía el desarrollo del proceso de comunicación entre partes, persiguiendo como finalidad que se pueda llegar a un acuerdo satisfactorio para ambas partes y que resulte la coincidencia de sus voluntades, aunque el mediador se encuentra prohibido de formular recomendaciones o sugerencias respecto del tema de disputa"	la mediación es un método elaborado de resolución de conflictos en el cual la participación de un tercero denominado mediador coadyuva para que los interesados mediante el dialogo lleguen a un acuerdo que satisfaga sus necesidades	METODO AUTOCOMPOSITIVO	1.1. eficacia, 1.2. celeridad, 1.3. integración, 1.4. participación de las partes 1.5. solución pacífica 1.6. facilita el entendimiento	1.1. ¿Tiene conocimiento de alguna estrategia eficaz para solucionar un conflicto que se suscite entre los turistas? 1.2. ¿has dado solución a los conflictos dentro de la actividad que realizas de manera celeridad? 1.3. ¿permitiste integrar los intereses del turista con tus propios intereses al momento de solucionar un conflicto? 1.4. ¿participar como orientadores turísticos con la cooperación de los turistas es importante para solucionar los conflictos? 1.5. ¿has accedido a brindar una solución pacífica al dar una solución al turista por un conflicto suscitado? 1.6. ¿tiene importancia que tanto los turistas como los orientadores turísticos lleguen a entenderse para llegar a una solución?	ORDINAL buena / regular / mala
	MORO ALMARAZ, María Jesús, en su libro "La Protección del Turista ante el	la autorregulación es una mejor manera de		1.1. consentimiento, 1.2. responsabilidad,	¿Es necesario el consentimiento para que los orientadores	ORDINAL siempre /

AUTORREGULACIÓN	comercio electrónico", los legisladores se muestran sensibles al hecho de que en la sociedad de la información resulta difícil ofrecer mecanismos jurídicos eficaces. Por ello tratan de incentivar la autorregulación (códigos de conducta) como una mejor manera de afrontar desde el compromiso de calidad de las empresas, los nuevos retos. Del mismo modo la dificultad de armonizar legislaciones y de ofrecer sencillos y ágiles instrumentos de reclamación ante los tribunales, aconsejan el fortalecimiento de vías de composición extrajudicial de intereses.	poder afrontar desde el compromiso de calidad de las empresas a fin de implementar nuevos retos con la finalidad de armonizar legislaciones y ofrecer instrumentos ágiles con ello ayuda a fortalecer las vías de composición extrajudicial.	1.- VOLUNTARIEDAD	1.3. resultado, 1.4. libertad de decisión 1.5. reconocer	turísticos puedan autorregularse? ¿Es importante la responsabilidad al momento de dar solución a los conflictos a fin de que los orientadores turísticos se autorregulen? ¿has obtenido algún resultado beneficioso cuando resolviste algún conflicto aplicando la autorregulación? ¿has aplicado la libertad de decisión para poder autorregularse en el servicio que brindas? ¿reconoce las deficiencias que tienes para poder mejorar el servicio?	a veces / nunca
			2.- AUTOEVALUACIÓN	1.1. valoración , 1.2. debilidades, 1.3. fortaleza, 1.4. amenazas 1.5. buenas practicas	¿realiza una valoración del servicio que brindas? ¿reconoce las debilidades que tienes para mejorar el servicio? ¿Aplicas las fortalezas que tienes para mejorar el servicio que brindas? ¿consideras que la amenaza en el servicio que brindas no te permite dar solución a los conflictos? ¿Relacionaste la autorregulación para adoptar buenas prácticas con el fin de brindar un buen servicio?	ORDINAL necesario / básico / innecesario

ANEXO III

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS ORIENTADORES TURISTICOS

En la presente encuesta se encuentra una relación de 06 preguntas los mismos que deberán ser respondidos por los orientadores turísticos del distrito de Chanchamayo.

1. ¿Tiene conocimiento de alguna estrategia eficaz para solucionar un conflicto que se suscite entre los turistas?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
2. ¿Has dado solución a los conflictos dentro de la actividad que realizas de manera célere?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
3. ¿Permitiste integrar los intereses del turista con tus propios intereses al momento de solucionar un conflicto?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
4. ¿Participar como orientadores turísticos con la cooperación de los turistas es importante para solucionar los conflictos?
 - a) Siempre

- b) A veces
- c) Nunca

5. ¿Has accedido a brindar una solución pacífica al dar una solución al turista por un conflicto suscitado?

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca

6. ¿Tiene importancia que tanto los turistas como los orientadores turísticos lleguen a entenderse para llegar a una solución?

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS ORIENTADORES TURISTICOS

En la presente encuesta se encuentra una relación de 10 preguntas los mismos que deberán ser respondidos por los orientadores turísticos del distrito de Chanchamayo.

1. ¿Es necesario el consentimiento para que los orientadores turísticos puedan autorregularse?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
2. ¿Es importante la voluntariedad al momento de dar solución a los conflictos a fin de que los orientadores turísticos se autorregulen?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
3. ¿has obtenido algún resultado beneficioso cuando resolviste algún conflicto aplicando la autorregulación?
 - a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
4. ¿has aplicado la libertad de decisión para poder autorregularse en el servicio que brindas?

- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
5. ¿reconoce las deficiencias que tienes para poder mejorar el servicio?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
6. ¿realiza una valoración del servicio que brindas?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
7. ¿reconoce las debilidades que tienes para mejorar el servicio?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
8. ¿Aplicas las fortalezas que tienes para mejorar el servicio que brindas?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca
9. ¿consideras que la amenaza en el servicio que brindas no te permite dar solución a los conflictos?
- a) Siempre
 - b) A veces
 - c) Nunca

10. ¿Relacionaste la autorregulación para adoptar buenas prácticas con el fin de brindar un buen servicio?

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca